

## Rosaria, l'arancia rossa con il nome sul bollino

Che le arance rosse siano buone e che provengano dalla Sicilia ormai, almeno in Italia, è un dato certo. Moltissime le azioni di promozione e comunicazione messe in atto da amministrazioni pubbliche e private, Organizzazioni dei Produttori, Consorzio di Tutela IGP finalizzati a far conoscere al consumatore il valore di una produzione unica del territorio italiano, localizzato in Sicilia orientale. Mai prima d'ora, però, l'arancia rossa della varietà Tarocco aveva avuto modo di diventare così famosa!



Dal 2005, infatti, l'arancia Rosaria è oggetto di comunicazione radiofonica e su carta stampata e, durante l'attuale campagna di commercializzazione, è approdata in TV diventando di fatto l'arancia più conosciuta in Italia.

Grazie all'azione lungimirante e determinata dell'azienda Pannitteri, che ha investito e continua a investire parte del proprio fatturato in azioni di comunicazione, l'arancia ha un nome, una voce e anche il volto di una bella ragazza: Rosaria Russo, che in TV trasmette il fascino di una terra in grado di produrre un frutto tanto particolare quale può essere l'arancia rossa. Un piano di comunicazione articolato, ben studiato e finalizzato a raggiungere il maggior numero di consumatori che, mentre ascoltano la radio, guardano la televisione o addirittura vanno al cinema o navigano su internet, imparano a conoscere questo frutto ricco di principi nutritivi e di pigmenti, gli antociani, che oltre a conferire il tipico colore rosso della buccia e della polpa, rappresentano una fonte di antiossidanti naturali che Rosaria è in grado di rappresentare al meglio.

"Puntando e quindi garantendo qualità, la nostra azienda ha voluto rendere riconoscibile una produzione che altrimenti rischia di confondersi in un mercato altamente competitivo e con produzioni agrumicole provenienti ormai da tutto il mondo", dice Salvatore Pannitteri, uno dei due figli di Giuseppe Pannitteri, che negli anni sessanta ha posto le basi per un'azienda che oggi è divenuta un vero e proprio punto di riferimento dell'agrumicoltura nazionale.

"Certamente lo sforzo economico non è indifferente, anche perché sostenuto al 100% dalla nostra azienda", continua Salvatore Pannitteri. L'attuale legislazione, infatti, impedisce l'utilizzo di fondi pubblici per la comunicazione di marchi privati e quindi, nonostante la disponibilità dell'azienda a co-finanziare programmi di valorizzazione non solo del proprio prodotto ma di un prodotto generico (IGP), ad oggi la Pannitteri ha investito direttamente su una comunicazione che, comunque, oltre a diffondere il nome ROSARIA contribuisce, in maniera non indifferente, alla conoscenza dell'arancia rossa da parte del consumatore italiano.

Interessante la risposta da parte della GDO, che ha inserito Rosaria tra le proprie referenze, ma soprattutto ottima la risposta da parte dei consumatori, che si rivolgono spesso direttamente all'azienda Pannitteri per avere questa arancia dalle caratteristiche organolettiche davvero superiori alla media. Sempre fresca, succosa e buona sia da mangiare sia da spremere, viene distribuita anche attraverso apposite società che si occupano della consegna porta a porta e che stanno divenendo, soprattutto nelle grandi città, ottime alternative ai canali tradizionali.



"I nostri sforzi vengono premiati dalla risposta da parte del mercato e che si stanno traducendo in un incremento del fatturato che lascia ben sperare. Adesso dobbiamo assolutamente non tradire la fiducia dei consumatori, consegnando un prodotto che soddisfi le loro aspettative e che soprattutto mantenga la promessa fatta loro", aggiunge Aurelio Pannitteri, che continua "la nostra Azienda continuerà ad investire in

comunicazione, nella ferma convinzione che questa sia la strada da seguire per imporre sul mercato un prodotto che sia distinguibile e quindi facilmente riconoscibile."

"Certamente la GDO gioca un ruolo non indifferente e in questa direzione ci stiamo accorgendo che, di anno in anno, l'interesse nei confronti di ROSARIA è cresciuto e anzi abbiamo trovato in alcuni gruppi interesse per la nostra iniziativa e collaborazione concreta", sottolinea Salvatore Pannitteri. D'altra parte, anche la GDO deve poter rispondere al consumatore che vuole sulla propria tavola quell'arancia rossa siciliana che gli arriva in casa attraverso la radio, la televisione e la carta stampata e che promette sensazioni che ROSARIA è in grado di mantenere!

Molto interessante anche la risposta da parte di "gruppi" esteri che, incuriositi da ROSARIA, si rendono disponibili ad una conoscenza più diretta dell'azienda Pannitteri che sta facendo grossi sforzi di internazionalizzazione, i quali stanno già dando risultati non indifferenti.

**Prossimo appuntamento con ROSARIA al Fruit Logistica di Berlino (Hall. 2.2. - Stand B-09)**, il salone più famoso dell'ortofrutta, dove tutto il fascino di ROSARIA potrà confrontarsi a testa alta con le migliori produzioni mondiali. Nel frattempo, un giro sul sito [www.aranciarosaria.it](http://www.aranciarosaria.it) potrà permettere una conoscenza più approfondita dell'arancia rossa e delle iniziative fin qui messe in campo dall'Azienda Pannitteri.



Contatti:  
**Pannitteri & C. s.a.s.**  
C/da Porticelli S.P. 135  
95032 Belpasso ( CT)  
Tel.: +39 095 7913562  
E-mail: [info@pannitteri.it](mailto:info@pannitteri.it)  
Sito web: [www.aranciarosaria.it](http://www.aranciarosaria.it)



Data di pubblicazione: 15/01/2008